

# **LA EXPANSIÓN COMERCIAL DE LAS EMPRESAS VALENCIANAS HACIA EUROPA DEL ESTE**

**Margarita Rohr Trushcheleva**  
Profesora del Departamento de Economía  
Universitat Jaume I

## **Introducción**

Uno de los fenómenos más característicos de esta primera década del siglo XXI es el fuerte proceso de globalización de la economía internacional, lo que conlleva una fuerte interrelación de las economías y una aceleración de los flujos monetarios y comerciales. La Comunidad Valenciana no se ha quedado al margen de este proceso y ha experimentado de lleno los efectos de este intenso desarrollo de las relaciones económicas y comerciales. El destino preferido de los productos valencianos sigue siendo el mercado europeo, donde cerca de las dos de terceras partes del total de las ventas al exterior se dirigen a los países como Francia, Alemania, Reino Unido, Italia y Portugal. También destaca un notable impulso de la actividad exportadora producido en otros países no comunitarios. Así, las exportaciones a mercados estratégicos como Rusia o China sólo el año pasado se incrementaron en un 67% y 35% respectivamente.

El Este de Europa es otro destino atractivo para la internacionalización de las empresas valencianas. Después de dejar atrás su pasado comunista, los países de este área iniciaron un largo camino hacia un nuevo sistema económico y político. El proceso de transición de la economía central y planificada a una de mercado no ha sido fácil, pero muchos de ellos ya lograron grandes avances y, actualmente, disfrutan de una mayor estabilidad económica gracias a las reformas realizadas. Desde el año 2004 ocho de los países del Este de Europa forman parte de la Unión Europea y, pasados tres años, en 2007, se unieron dos países más.

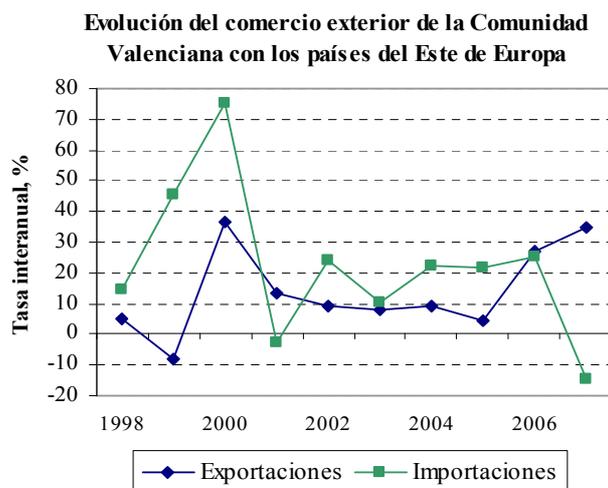
El presente trabajo pretende analizar el grado de internacionalización de las empresas valencianas en los países del Este de Europa, mediante el estudio del comercio exterior y los flujos de inversión a partir de los datos disponibles, no siempre todo lo detallados y sistematizados que sería deseable, al menos desde la perspectiva académica.

Para alcanzar dicho objetivo, en primer lugar, se analiza la evolución del comercio exterior de la Comunidad Valenciana con estos países, a nivel agregado y desagregado por los

principales socios comerciales y sectores productivos. En segundo lugar, se realiza un intento de identificar los principales flujos de la inversión valenciana a los países de esta área y las dificultades que se presentan para este tipo de actividad. Finalmente, se definen algunas iniciativas e instrumentos de la internacionalización implementados por las empresas e instituciones valencianas.

## 1. El proceso de exportación

Durante el año 2007 las exportaciones de la Comunidad Valenciana a los países del Este de Europa han registrado el mayor incremento (un 34.5%) en los últimos siete años, alcanzando la cifra de 1.916.921 miles de euros, lo que supone un 10.3% del total de las exportaciones valencianas. Este aumento ha servido para que la Comunidad Valenciana continúe el crecimiento positivo de la actividad exportadora, recuperado en el año anterior, dejando atrás la mala situación de 2005, en el que las ventas al exterior de los productos valencianos retrocedieron un 2.8%. En total, las exportaciones valencianas alcanzaron un valor de 18.545 millones de euros.



Fuente: Base de datos DATACOMEX/ ADUANAS-CÁMARAS

No obstante, las exportaciones valencianas en su totalidad han crecido a un ritmo inferior que el conjunto de las exportaciones españolas, un 2% frente al 6.5% respectivamente, lo que implica una pérdida de peso en el agregado nacional de cinco décimas respecto al año 2006 y un descenso en el ranking nacional de regiones

exportadoras. Por primera vez en un ejercicio completo, la Comunidad Valenciana baja de la segunda posición, por detrás de Cataluña, a la cuarta, con un 10.2% de las ventas totales de España al exterior.

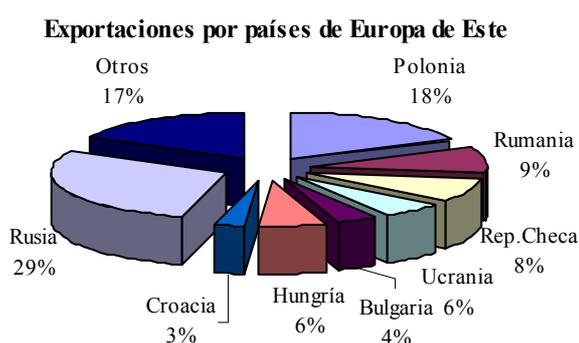
En cuanto al número de las empresas exportadoras en la Comunidad Valenciana, éste asciende a más de 13 mil, casi seis mil más desde el año 2002, pero sólo en torno a 5.800 de éstas empresas son exportadoras habituales (han realizado operaciones en los mercados exteriores en los últimos cuatro años). La exportación media de la empresa valenciana alcanzó en 2005 la cifra de 1.311 miles de euros, lo que supone un ligero aumento respecto

al año anterior (1.287 miles de euros en 2004) y se mantiene a un nivel inferior a la media española (1.834 miles de euros). Es un dato que pone de manifiesto el menor tamaño de las empresas respecto a la media nacional. Por otra parte, el 22% del volumen total de las exportaciones valencianas se concentra en las cuatro mayores empresas ubicadas en la región: Ford, Grupo Porcelanosa, Grupo Arcelor y Anecoop.

La compañía Ford, por ejemplo, en el año 2006 llegó a ser líder en las ventas de coches extranjeros en Rusia al haber alcanzado vender 113.985 automóviles, lo que supone un crecimiento del 92%. La compañía planifica disponer para finales de 2008 de 220 distribuidores oficiales en 128 ciudades de Rusia y aumentar el volumen de ventas hasta 200.000 automóviles.

Por sectores exportadores, con destino a los países de Europa de Este, sobresale el sector cerámico. Gracias al “boom” de la construcción en esta zona, las ventas de azulejos y los productos de las industrias auxiliares aumentaron notablemente en los últimos años, alcanzado en 2007 el valor de 468 millones de euros. La segunda posición corresponde a los vehículos automóviles, con 356 millones de euros, seguidos por las frutas, con 326 millones de euros, los muebles, con 73 millones de euros y el calzado, con 49 millones. En menor medida, destacan otros sectores tradicionales de la Comunidad Valenciana, como los juguetes, los textiles y los productos de la confección.

Entre los países que integran este área, Rusia es el principal mercado de destino de las exportaciones valencianas, con un valor de 678 miles de euros en 2007 y un crecimiento de



*Fuente: Instituto Valenciano de Estadística*

los productos importados de la Comunidad Valenciana del 66.58% respecto al mismo periodo del año anterior. Alrededor de 1.145 empresas valencianas venden en este mercado, por un valor medio de 439.6 miles de euros. Los principales productos que importa

este país de la Comunidad Valenciana son cerámica, vehículos automóviles, motores y maquinaria mecánica (que presentó en 2006 un crecimiento espectacular del 147% en comparación con el 2005), productos químicos como pintura y pigmentos, y frutos comestibles. Respecto a éste último, cabe mencionar una iniciativa comercial reciente de envío de los productos cítricos por vía marítima,

puesto que hasta este momento siempre se había utilizado el transporte terrestre. La reducción de los costes del transporte y el envío de un mayor volumen del producto al mismo tiempo son las principales ventajas de esta iniciativa. Asimismo, Rusia ocupa el tercer puesto como destino de las ventas de los muebles valencianos, con el 22.9% en los seis primeros meses de 2007 y el sexto al nivel nacional.

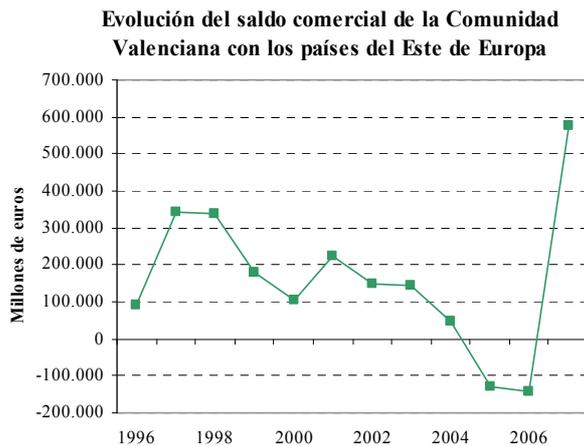
Otro importante destino de las exportaciones valencianas es Polonia. El número de empresas que venden en este mercado ha aumentado en 410 desde el año 2002 y asciende actualmente a 814 con un valor medio de la exportación por empresa de 436.7 miles de euros. En general, en 2007 las exportaciones crecieron un 8.5% respecto al 2006 y alcanzaron la cifra de 338 miles de euros. Este país importa principalmente frutos comestibles (33% del total), cerámica (11%) y productos químicos (10%).

Estos dos mercados presentan el 45% del valor exportado a esta área por la Comunidad Valenciana.

El tercer puesto en el ranking de los clientes en Europa del Este de la Comunidad Valenciana corresponde a Rumania. Durante el año 2007, las exportaciones a este país han incrementado un 14.8% y han alcanzado el valor de 154 miles de euros. Entre los productos exportados se encuentran: cerámica, maquinaria y equipos mecánicos y eléctricos, vehículos de transporte, confección y calzado.

Además, destaca un espectacular incremento de las exportaciones valencianas registrado en el año 2007 respecto al 2006 a otros países de esta zona: Eslovenia (88%), Serbia (44%), Ucrania (39%) y Bielorrusia (22%). Por su parte, la Republica Checa, Eslovaquia, Letonia y Croacia han aumentado sus importaciones de la Comunidad Valenciana a un ritmo inferior al 20%, mientras que Bulgaria, Hungría y Estonia han presentado un crecimiento negativo del 6, 20 y 0.5%, respectivamente.

Por su parte, el conjunto de las importaciones de la Comunidad Valenciana ha crecido a un ritmo mayor al del año anterior (14.6% en 2007 frente al 7.6% en 2006) que continúan la tendencia de los diez últimos años de superar las exportaciones. Por ello, el saldo comercial sigue siendo negativo y se ha incrementado considerablemente, un 11.4% respecto al de 2006. La tasa de cobertura se ha reducido hasta el 81.9%.



Fuente: Base de datos DATACOMEX/ ADUANAS-CÁMARAS

mayores año tras año, y son un reto evidente para los productos valencianos y las instituciones implicadas.

Por el contrario, debe subrayarse que el resultado de la balanza comercial valenciana con los países de Europa del Este en 2007 ha sido positivo, ya que las importaciones han descendido un 14.5% en relación con el año anterior.

En definitiva, los países del Este de Europa representan un mercado atractivo para las exportaciones valencianas, lo que se pone de manifiesto en las cifras de

## 2. Flujos de inversión

El volumen de inversión valenciana en los países del Este de Europa todavía no ha alcanzado niveles relevantes en comparación con el conjunto de la economía española. Pese a que la actividad empresarial está orientada al exterior, en la Comunidad Valenciana predominan las pequeñas y medianas empresas, lo que dificulta el proceso de inversión, que requiere considerables cantidades de recursos. No obstante, en los últimos años ya se han registrado importantes avances. En el período de 2000 a 2006, los mayores flujos de inversiones han sido los destinados a la República Checa (10.000 miles de euros en el año 2003 y 5.470 miles de euros en 2006); a Polonia (962 miles en 2003 y 5.210 en 2005); a Rusia (2.538 miles de euros en 2005); a Eslovaquia (1.051 miles de euros en 2004), y a Albania (1.174 miles de euros en 2006).

Asimismo, destacan algunas iniciativas empresariales, como por ejemplo, una misión de prospección para los constructores y promotores valencianos a Rumania organizada por la Federación Valenciana de Empresarios de la Construcción (FEVEC). La falta de infraestructuras, el dinámico mercado inmobiliario, la condición de este país como receptor de los fondos de la Unión Europea son causa de las significativas posibilidades de negocio detectados por la misión. El viaje a Rumania forma parte del plan de internacionalización de FEVEC, por el que también han realizado una misión a Polonia. De las dieciséis empresas que han participado en la misión, algunas, como Sedesa y Cyes, junto con una

agrupación de cinco empresas de ingeniería con planes para emprender proyectos, ya han decidido invertir en este país.

Por otra parte, el instituto tecnológico de la construcción, AIDICO, prevé crear una fundación con el Gobierno rumano para la gestión de los fondos europeos con el objetivo de que las empresas valencianas tengan preferencia a la hora de seleccionar las adjudicaciones de obras públicas.

### **3. Los instrumentos de internacionalización**

Para fomentar la actividad exportadora valenciana en los países del Este de Europa las autoridades autonómicas han puesto en marcha varias iniciativas, como por ejemplo el Plan Países del Este, desarrollado en 2002 con el objetivo de aumentar la presencia de las empresas valencianas en estos mercados y constituido por 18 acciones de promoción, de estudio y fomento de la cooperación empresarial. Entre estas acciones de promoción se realizaron misiones comerciales como la del sector agroalimentario a Rusia y Ucrania, la de herrajes a Rumania, Hungría y la República Checa, así como la participación conjunta de empresas del mueble a la feria de Polonia. El sector textil hogar también ha desarrollado una exposición en Hungría y la República Checa.

Un ejemplo destacado es la organización en Ucrania en julio de 2007 de un Encuentro coordinado por la Cámara de Comercio de Castellón en el que participaron 83 empresas españolas pertenecientes a 12 Cámaras de Comercio: Bilbao, Ciudad Real, Girona, León, Madrid, Málaga, Navarra, Sabadell, Segovia, Sevilla, Zaragoza y Castellón que han representado a 21 provincias españolas. 55 de estas empresas han mantenido reuniones de trabajo con sus contrapartes ucranianas en base a las agendas individuales elaboradas por la Oficina Comercial de la Embajada de España en Kiev y las consultarías Forum Development e IB Solutions. Alrededor de 300 empresas ucranianas han acudido al foro de este Encuentro.

Con la finalidad de ampliar las posibilidades comerciales de los productos valencianos agrícolas, la Generalitat Valenciana tiene intención de crear el año que viene una Agencia Valenciana de la Exportación Agraria, a través de la cual se pretende hacer frente a las dificultades que tienen las empresas o cooperativas exportadoras para comercializar sus productos en nuevos mercados o mantener ya existentes. Para ello, se han diseñado una serie de acciones que potencien el acceso a la distribución, donde el objetivo es hacer accesible al sector los canales en los mercados de interés, a través de misiones comerciales

y ferias, y acciones enfocadas a la diferenciación de la oferta. Para el desarrollo de estas estrategias los empresarios ya cuentan con las oficinas del Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX) en Praga, Varsovia, Moscú y Kiev.

En el plan de promoción exterior para 2007 del IVEX el mayor peso corresponde a Rusia y la República Checa, junto a Austria. Entre las actividades incluidas en este plan están previstas doce misiones comerciales a Rusia de sectores tradicionales valencianos: textil, calzado, construcción, vino y material médico. En el plan anterior el número de estas acciones era de siete. También han aumentado hasta doce las misiones de promoción en la República Checa, frente a siete en 2006.

Por su parte, la Cámara de Comercio de Valencia ha aprobado varias ayudas de apoyo en el marco del Plan de Iniciación a la Exportación (PIPE), en el se puede optar a una subvención del 80% (hasta 43.000 euros) de la inversión en el plan de marketing internacional.

Asimismo, destaca otra herramienta que utiliza el IVEX en la promoción internacional, el apoyo a la marca comercial. Desde este año se puede consolidar la marca en el exterior con financiación en un 50% del plan de marketing desarrollado por pequeñas y medianas empresas, siempre que destinen a ello un mínimo de 60.000 euros.

Además, el empresario puede utilizar el instrumento llamado “Market Landing”, que consiste en la unión de varias empresas (de 4 a 6), normalmente de sectores diferentes para evitar que entren en competencia, y el IVEX asigna un profesional – promotor del mercado – que trabaja en el país prioritario para los empresarios. En 2006 participaron 45 empresas y se han formado nueve grupos. Este año ya hay cuatro en marcha.

En el marco de esta iniciativa, en la Europa de Este, en 2006 constituyeron tres grupos con destino Moscú (Rusia) y dos grupos con destino Varsovia (Polonia). En el año 2007, las empresas como Andreu Barberá (puertas metálicas abatibles), Exclusivas Rimar (chupetes, biberones, tetinas, accesorios del bebé), HODEMA (mobiliario de oficina), Internacional Jaslen (trolleys, bolsas, cinturones, bolsos, carteras, bolsos playa, mochilas y complementos), San Serifruit (cítrica, verduras, melones y frutas hueso) y Vitrobio Valencia formaron el grupo para su implantación comercial en Rusia y las empresas Agritecno Fertilizantes (fertilizantes), Naturalia Cosmética Natural (cosmética profesional), Rubio CMC (puertas metálicas peatonales, cortafuegos, registros), Universal Stone (mármol) y Villaplasgo (bolsos y marroquinería) en Polonia.

Como es evidente, las instituciones autonómicas y locales implementan una serie de instrumentos para promover el proceso de internacionalización de las empresas de la Comunidad Valenciana, pero todavía son insuficientes para satisfacer las intenciones comerciales y financieras de todas las empresas valencianas.

### **Conclusiones**

La internacionalización alcanzada por las empresas valencianas en el Este de Europa se basa principalmente en el notable nivel de actividad exportadora. En los últimos años, las exportaciones han aumentado, gracias a la mayor estabilidad económica y política en estos países, alcanzando en 2007 un saldo positivo de la balanza comercial.

Los principales socios comerciales de la Comunidad Valenciana son Rusia y Polonia y entre los productos exportados destacan cerámica, maquinaria y equipos mecánicos y eléctricos, vehículos de transporte, productos químicos, confección y calzado.

El volumen de inversión valenciana en estos países no es muy significativo, a causa del tamaño pequeño y medio de las empresas valencianas, por una parte, y el desfavorable desarrollo económico y los niveles de incertidumbre relativamente altos en estos países. No obstante, actualmente, destacan algunas iniciativas de inversión, sobre todo en el sector de la construcción de países como Rumania.

Con el fin de fomentar el proceso de la internacionalización de las empresas valencianas, las autoridades están implementando diversos instrumentos: las acciones de promoción, misiones comerciales, los puntos de asesoramiento para facilitar el proceso de exportación..., todo ello con el objetivo de ayudar a unas empresas que buscan las mejores opciones en un mercado vivo, globalizado y cada vez más competitivo.